

Aus der Forschungswerkstatt (2017/18):  
**Religion, Populärkultur und Ökonomie**  
(Prof. Dr. Karsten Lehmann)

Forschungsinteresse:

Im Verlauf der letzten Dekade hat das akademische Interesse an den Beziehungen zwischen Religionen und unterschiedlichen Facetten von Populärkultur kontinuierlich zugenommen. Erst jüngst wurde von Astrid Mattes an der Universität Wien ein Workshop mit dem Titel ‚*Prayer, Pop and Politics: researching post-migrant religious youth culture*‘ organisiert und durchgeführt, der sich mit diesem Themenbereich beschäftigt hat.

Die erste Sitzung der Forschungswerkstatt ‚religiöse Pluralität‘ im WiSe 2017/18 soll sich im Rahmen dieses aktuellen Forschungsfeldes bewegen. Dabei wird es primär darum gehen, wie man sich der klassischen Frage nach der Ökonomisierung von Populärkultur(en) am Beispiel religiös gerahmter Popmusik empirisch nähern kann.

Forschungsstand:

Die Auseinandersetzung mit den Beziehungen zwischen Religion und Populärkultur blickt bereits auf mehrere Jahrzehnte zurück.<sup>1</sup> Erst Studien entstanden spätestens in den 1980er Jahren. Seit den frühen Arbeiten von Bernice Martin und Andrew M. Greeley<sup>2</sup> haben sich inzwischen bspw. Autorinnen und Autoren wie Hubert Knoblauch, und Douglas E. Cowan<sup>3</sup> aus ganz unterschiedlichen theoretischen Perspektiven mit diesem Gegenstandsbereich auseinandergesetzt.

In Bezug auf die hier interessierenden Frage nach der Bedeutung von Ökonomie für die Beziehungen zwischen Religion und Populärkultur ist – neben den bereits genannten klassischen Publikationen – vor allem die Publikation ‚*Religion and Popular Culture*‘ von Christ Klassen von Interesse, welche sich dem Gegenstandsbereich dezidiert aus der Perspektive der kritischen Theorie annähert.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Die allgemeine Analyse von Populärkultur ist sehr viel älter: Adorno, Theodor W., Einleitung in die Musiksoziologie, Frankfurt 1962. Roth, Roland / Rucht, Dieter (Hg.), Jugendkulturen, Politik und Protest, - Vom Widerstand zum Kommerz -, Opladen 2000.

<sup>2</sup> Martin, Bernice, A Sociology of Contemporary Cultural Change, Oxford 1981. Greeley, Andrew M., God in Popular Culture, Chicago 1988.

<sup>3</sup> Knoblauch, Hubert, Populäre Religion, - Auf dem Weg in eine spirituelle Gesellschaft -, Frankfurt / New York 2009. Cowan, Douglas E., Sacred Space, - The Quest for Transcendence in Science Fiction Film and Television -, Waco 2010.

<sup>4</sup> Klassen, Christ, Religion & Popular Culture, - A Cultural Studies Approach -, Oxford 2014.

Dabei unterscheidet Klassen zwischen drei Dimensionen: (a) Populärkultur in Religion, (b) Popkultur als Religion und (c) Religion und Populärkultur im Dialog. Im abschließenden Kapitel kommt er zu dem Ergebnis:

*„The various theories of cultural studies show how both religion and popular culture continue to shape our world, while at the same time demonstrating how religion and popular culture are shaped by us and our various communities.“ (S. 198)*

Sein Rekurs auf unterschiedliche Theorietraditionen erlaubt es Klassen dabei verschiedene Dimensionen dieser Beziehungen besonders herauszuarbeiten. Vor allem neo-marxistische und kulturalistische Zugänge betonen dabei die Bedeutung von Ökonomisierungsprozessen. Eine systematische methodische Analyse bleibt Klassen aber schuldig.

Genau dieser Aspekt soll im Rahmen der Forschungswerkstatt zur Diskussion gestellt werden.

#### Forschungsfrage:

Vor dem Hintergrund des soeben angedeuteten Forschungsstandes wird im Rahmen der Forschungswerkstatt zwei ganz grundlegenden (aufeinander aufbauenden) Fragen nachgegangen werden:

Popmusik mit expliziten religiösen Bezügen wird – wie jedes andere popkulturelle Phänomen – auf unterschiedlichen Wegen vermarktet.

- Unterscheiden sich die religiösen Referenzen in den verschiedenen Dokumenten dieser Vermarktung?
- Lassen sich aus dem systematischen Vergleich der religiösen referenzen Rückschlüsse auf Ökonomisierungsprozesse greifen?

Dabei wird zunächst von einem Religionsbegriff ausgegangen, welcher auf der Selbstbeschreibung der Akteure basiert.

#### Datengrundlage:

Als Datengrundlage wird ein ‚Extremfall‘ aus der deutschen Populärkultur herangezogen – das Lied ‚Nicht von dieser Welt‘ von der gleichnamigen, ersten Solo-CD des Sängers und Entertainers Xavier Naidoo.

Xavier Naidoo wird in vielen aktuellen deutschsprachigen Publikationen zu Religion und Popkultur als Beispiel genannt.<sup>5</sup> Mit Blick auf die Frage nach der

---

<sup>5</sup> Depta, Klaus, Rock- und Popmusik als Chance, - Impulse für die Praktische Theologie -, Wiesbaden 2016. Mattig Ruprecht, Rock und Pop als Ritual, - Über das Erwachsenwerden in der Mediengesellschaft -, Bielefeld 2009.

Ökonomisierung der Beziehungen zwischen Religion und Populärkultur kommt ihm gleich in mehrfacher Hinsicht eine besondere Bedeutung zu:

- Zum einen gilt Xavier Naidoo als einer der ersten erfolgreichen deutschsprachigen Musiker, welche sich stark an die US-amerikanische Soulmusik anlehnten. Eine Stilrichtung, die seitdem im deutschsprachigen, popmusikalischen Mainstream immer weiter an Bedeutung gewonnen hat.
- Zum anderen war vor allem seine erste CD ‚Nicht von dieser Welt‘ (1998) von starken expliziten religiösen Bezügen geprägt – in den Texten und dem Artwork ebenso wie in den sie begleitenden Interviews. Hier lassen sich im deutschsprachigen Mainstream kaum Parallelen finden. (Und auch Naidoo hat diese expliziten Verweise zunehmend zurückgenommen.)

Um der Frage nach der Ökonomisierung auf der Basis dieses spezifischen Falls empirisch näher zu kommen, sollen unterschiedliche Dokumente der Vermarktung der CD in den Blick genommen werden:

- Text des Liedes: <https://genius.com/Xavier-naidoo-nicht-von-dieser-welt-lyrics>
- Video zum Lied: <https://www.youtube.com/watch?v=T-BjvA4ahCk>
- Interview ‚Musikexpress‘ (1999): <https://www.musikexpress.de/xavier-naidoo-im-interview-ich-bin-ein-rassist-aber-ohne-ansehen-der-hautfarbe-2-150829/>
- Konzertplakat (1998): <http://www.theconcertposter.com/X/Xavier-Naidoo/Nicht-von-dieser-Welt-1998::1385.html>

Besonderes Augenmerk wird dabei auf die Differenzen zwischen diesen Formen der Vermarktung gelegt.<sup>6</sup>

#### Zu erwartende Ergebnisse:

Es steht zu erwarten, dass in den unterschiedlichen Dimensionen der Vermarktung dieses Liedes unterschiedliche Dimensionen des Verhältnisses zwischen Religion und Popkultur aufscheinen.

Als erste Arbeitshypothese soll dabei formuliert werden, dass sich anhand dieser Differenzen unterschiedliche Ebenen der Ökonomisierung greifen lassen. Es steht zu erwarten, dass die religiösen Referenzen im Text des Liedes expliziter sind, als im Video oder dem Interview.

#### Fragen für die Forschungswerkstatt:

---

<sup>6</sup> Von zusätzlichem Interesse ist, dass Naidoo dieses Jahr ‚Nicht von dieser Welt 2‘ veröffentlicht hat. Diese Veröffentlichung kann in der Forschungswerkstatt aber nicht berücksichtigt werden. Von Interesse ist auch sein Interview in der ‚Islamische Zeitung‘ (2003): <https://www.islamische-zeitung.de/unsere-generation-sitzt-genuegend-zwischen-den-stuehlen/>

Im Zentrum der Diskussionen im Rahmen der Forschungswerkstatt soll die methodische Dimension des dargestellten Arguments stehen:

- Wie können so unterschiedliche Daten miteinander verglichen werden?
- Lassen sich anhand des Vergleichs Ökonomisierungsprozesse greifen?
- Welche anderen methodischen Zugänge sind denkbar?

#### Erste Ergebnisse:

Die Diskussionen im Rahmen der Forschungswerkstatt haben zunächst gezeigt, dass Religion in den unterschiedlichen Dokumenten des Vermarktungsprozesses jeweils auf ganz eigene Art und Weise thematisch wird:

- Der Text von ‚Nicht von dieser Welt‘ zeichnet sich dadurch aus, dass die Grenzen zwischen religiösen und romantischen Bezügen ambivalent gehalten werden. (Melodieführung, Rhythmik und Harmonik des Liedes sind im Rahmen der Werkstatt nicht besprochen worden.)
- Das Cover der CD wird durch ein Photo von Xavier Naidoo und ein stilisiertes Christogramm dominiert. Das Christogramm wird dabei zu einem Logo für den Künstler (welches auch über geraume Zeit genutzt wurde), das die klassische, christliche Symbolsprache modifiziert.
- Das Video zum Lied fügt dem Liedtext eine völlig andere Bedeutungsdimension hinzu. Die textliche Ambivalenz wird durch exotistische Bilder des Künstlers in Sri Lanka ergänzt. Dadurch wird die Ambivalenz im Text weiter verstärkt.
- Das Interview im ‚Musikexpress‘ ist schließlich das Dokument des Vermarktungsprozesses, welches am deutlichsten explizite, christliche Referenzen aufweist. Xavier Naidoo entwickelt hier ein prophetisches Selbstbild unter den Bedingungen einer drohenden Apokalypse.

Mit Blick auf die Forschungsfragen lässt sich also festhalten, dass sich tatsächlich unterschiedliche, konkurrierende Konstruktionen von Religion beobachten lassen. Weitere Analysen müssten diese nun systematische im Rahmen eines Vermarktungszirkels untersuchen, um so zu systematischen Ergebnisse kommen zu können.

In jedem Fall reflektiert Naidoo in seinem Interview an einigen Stelle selbst über den Vermarktungsprozess. Damit wird die Ausgangsthese der Diskussionen in der Forschungswerkstatt plausibler, dass diese Prozesse systematisch in die Analysen einbezogen werden sollten.

#### Literatur:

- Adorno, Theodor W., Einleitung in die Musiksoziologie, Frankfurt 1962.
- Cowan, Douglas E., Sacred Space, - The Quest for Transcendence in Science Fiction Film and Television -, Waco 2010.
- Depta, Klaus, Rock- und Popmusik als Chance, - Impulse für die Praktische Theologie -, Wiesbaden 2016.

- Greeley, Andrew M., God in Popular Culture, Chicago 1988.
- Klassen, Christ, Religion & Popular Culture, - A Cultural Studies Approach -, Oxford 2014.
- Knoblauch, Hubert, Populäre Religion, - Auf dem Weg in eine spirituelle Gesellschaft -, Frankfurt / New York 2009.
- Martin, Bernice, A Sociology of Contemporary Cultural Change, Oxford 1981.
- Mattig Ruprecht, Rock und Pop als Ritual, - Über das Erwachsenwerden in der Mediengesellschaft -, Bielefeld 2009.
- Roth, Roland / Rucht, Dieter (Hg.), Jugendkulturen, Politik und Protest, - Vom Widerstand zum Kommerz -, Opladen 2000.